

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Escola de Administração

CURSO

ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS

ALUNO

MAURÍCIO DE MELLO MENOLI

TURMA 09 – LONDRINA PR

**A INSERÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SETOR BANCÁRIO NO
CONTEXTO DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

**LONDRINA PARANÁ
2007**

**A INSERÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SETOR BANCÁRIO NO
CONTEXTO DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

Monografia apresentada à Universidade Federal do Rio Grande Sul como requisito parcial para a conclusão do curso de ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS sob a orientação do Prof. Luis Felipe Machado do Nascimento.

LONDRINA PARANÁ
2007

SUMÁRIO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL.....	1
RESUMO.....	3
ABSTRACT.....	4
1 INTRODUÇÃO.....	5
1.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	6
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1 Objetivo geral.....	7
1.3.2 Objetivos específicos:.....	7
1.4 JUSTIFICATIVA.....	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.....	9
2.1.1 A questão da educação ambiental.....	16
2.2 O SURGIMENTO DO MOVIMENTO AMBIENTAL E SUA IMPORTÂNCIA NO CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL.....	18
3 A AMPLIAÇÃO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: A VISÃO DO INSTITUTO ETHOS.....	22
3.1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	28
3.2 A QUESTÃO DA ATUAÇÃO RESPONSÁVEL COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE DO SETOR BANCÁRIO.....	35
4 RESPONSABILIDADE SÓCIO AMBIENTAL NAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS.....	41
5 MÉTODO.....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50

RESUMO

Dentro do contexto mundial, a busca da competitividade tem exercido um papel relevante para o aprimoramento e conquista de novos mercados. Com o aumento da competitividade, os consumidores estabelecem os padrões mínimos de qualidade e preços aceitáveis. Isto tem levado as empresas a buscarem ferramentas que as auxiliem a melhorarem sua eficiência, aumentar fatias de mercado e lucratividade através da manutenção de seus clientes e buscando, acima de tudo, um relacionamento saudável e duradouro. A gestão para resultados sociais é a ferramenta administrativa apropriada para um gerenciamento focado em resultados, que une a missão aos planos de ação que fazem parte do dia a dia da organização, e que também serve como importante instrumento de comunicação do desempenho tanto interna como externamente. O crescimento da consciência comunitária encontra, nestas organizações, um ambiente favorável a sua aplicabilidade. Os valores predominantes, bastante adequados para o desenvolvimento dos que trabalham nestas organizações, são: democracia, transparência, coletividade, flexibilidade e criatividade, vislumbrando que a questão do relacionamento através da responsabilidade social configura-se como um processo contínuo de identificação e criação de novos valores com o mercado e o compartilhamento de seus benefícios podem durar uma vida. Este trabalho tem como objetivo geral realizar um estudo sobre educação ambiental e gestão ambiental a fim de contribuir com os programas de responsabilidade sócio-ambiental de instituições financeiras através de uma pesquisa bibliográfica. Podemos observar com este estudo que a Instituição Banco do Brasil procura sedimentar em sua estrutura os conceitos e as práticas gerenciais amplamente voltadas para a ética, responsabilidade corporativa e transparência em relação a seus colaboradores e ao meio ambiente.

Palavras Chave: Competitividade, relacionamento, resultados e valores.

ABSTRACT

Inside of the world-wide context, the search of the competitiveness has exerted an excellent paper for the improvement and conquest of new markets. The process of inclusion of special carriers of necessities has been a factor key in the question of the functional relationship, being visualized as a management form that, when implemented, it aims at to improve in continuous way the enterprise performance. With the increase of the competitiveness, the consumers establish the minimum standards of quality and acceptable prices. This has taken the companies to search tools that assist them to improve its efficiency, to increase slices of market and profitability through the maintenance of its customers and being searched, above all, a healthful and lasting relationship. The management for social results is appropriate the administrative tool for a management focado in results, that the mission to the action plans joins that they are day to day part of the organization, and that also it serves as important instrument of communication of in such a way internal performance as external. The growth of the communitarian conscience finds, in these organizations, a favorable environment its applicability. The predominant values, sufficiently adjusted for the development of that they work in these organizations, are: democracy, transparency, collective, flexibility and creativity, glimpsing that the question of the relationship through the social responsibility is configured as a continuous process of identification and creation of new values with the market and the sharing of its benefits can last a life. This study it has as objective generality to carry through a study on ambient education and ambient management in order to contribute with the programs of partner-ambient responsibility of financial institutions through a bibliographical research. We can observe with this study that the Institution Bank of Brazil looks for to sediment in its structure the practical concepts and the managerial ones widely directed toward the ethics, corporative responsibility and transparency in relation its collaborators and to the environment

Words Key: Competitiveness, relationship, results and values.

1 INTRODUÇÃO

O cenário mundial no início ao século XXI presencia o despertar de uma nova consciência da sociedade em relação a questão ambiental dentro da organização, que ganha dimensão por causa da importância que tem sido atribuída a proteção ao meio ambiente. O compromisso e a responsabilidade com a questão ambiental tem sido matéria de discussão em todas as áreas do conhecimento no mundo inteiro interligando assim duas Ciências Sociais Aplicadas: administração e educação.

A globalização permite hoje outras oportunidades de negócio, que antes poucos poderiam imaginar ser possível, e a responsabilidade social se apresenta como a oportunidade do momento. No passado administrar era estabelecer um conjunto de princípios, normas e funções, com o objetivo de ordenar, redigir e controlar os esforços de grupos e de indivíduos associados para obter um resultado comum.

Essa diversidade cultural extremamente positiva, presente tanto nos seus aspectos conceituais quanto metodológicos da moderna administração tem se tornado uma de suas principais características em nosso país, principalmente através da responsabilidade social. Existe um consenso de que a educação ambiental está trazendo uma nova ética que pressupõe a participação de todos, e a mesma só pode ser feita através da desconstrução e reconstrução de todas as desigualdades, sejam de cultura, classe, identidade, diferenças físicas e mentais, raça e gênero.

A Educação sobre ou acerca do ambiente compreende ações ou atividades educativas que têm como objetivo proporcionar informações e formação sobre o

meio ambiente e relações que se dão neste ambiente. Seus objetivos incluem a compreensão cognitiva das interações entre os seres humanos e seu meio. As ações dirigidas para o ambiente e seus problemas apóiam-se basicamente no conhecimento. (CASTRO, 1998)

1.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

É importante mencionar que hoje o setor financeiro tem importante e múltiplos papéis no contexto social e econômico brasileiro, tais como: financiamento do setor produtivo, canalização dos investimentos para os papéis das empresas, capitalizando-as, e prezando ainda pelo fornecimento de extensa gama de produtos e serviços bancários à população, contribuindo para o aperfeiçoamento da cidadania.

Sendo assim, a responsabilidade social presente nas instituições financeiras se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento deste tipo de organização, exercendo impactos nos objetivos, estratégias e no próprio significado da instituição financeira, e das implicações da responsabilidade social, observando que estes mudam com o tempo e as circunstâncias. Portanto, a busca permanente de melhoria da qualidade ambiental dos serviços, produtos e ambiente de trabalho de qualquer organização pública ou privada é um processo de aprimoramento constante do sistema de gestão ambiental global de acordo com a política ambiental estabelecida pela organização. A legislação ambiental exige cada vez mais respeito e cuidado com o meio ambiente, exigência essa que conduz a uma maior preocupação ambiental.

Diante deste questionamento temos como problemática o a seguinte questão:
É possível definir o nível de atuação em relação ao desenvolvimento sustentável através da responsabilidade social?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Realizar um estudo sobre educação ambiental e gestão ambiental a fim de contribuir com os programas de responsabilidade sócio-ambiental de instituições financeiras

1.3.2 Objetivos específicos:

- Identificar o Programa de Educação Ambiental para instituições financeiras
- Identificar como se apresentam as distintas concepções da Educação Ambiental disponíveis na literatura e assim conhecer e compreender de modo integrado, as noções básicas relacionadas ao meio ambiente.
- Explicar como é a relação da educação com a gestão ambiental.

1.4 JUSTIFICATIVA

Este trabalho justifica-se pela importância de se conhecer e considerar as necessidades e conceitos referentes à educação ambiental nas empresas socialmente responsáveis e sua inter-relação com o mercado, visto que a educação

ambiental se constitui numa forma abrangente de educação, que se propõe atingir todos os cidadãos, assim, o que se busca com a elaboração do mesmo é apontar algumas situações que possam nos amparar frente a toda problemática encontrada. O contexto social em que as decisões e ações empresariais e de gestão ocorrem é dinâmico e complexo. Assim, para compreender o significado da responsabilidade social deve-se levar em conta que este significado muda com o tempo e as circunstâncias. O termo "responsabilidade social" encerra sempre a idéia de prestação de contas: alguém deve justificar a própria atuação perante outrem. Durante muito tempo, este foi entendido, em uma visão tradicional, como sendo a obrigação do administrador de prestar contas dos bens recebidos por ele. Ou seja, economicamente, a empresa é vista como uma entidade instituída pelos investidores e acionistas, com objetivo único de gerar lucros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce.

Contudo, apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem estar dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir satisfação dos seus clientes e consumidores.

São estes os principais “vetores da responsabilidade social de uma empresa conforme aborda Melo Neto (1999, p. 78)

- Apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- Preservação do meio ambiente;
- Investimento no bem estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável;
- Comunicações transparentes;
- Retorno aos acionistas;
- Sinergia com os parceiros;
- Satisfação dos clientes e ou consumidores.

Enfatiza-se ainda que estes vetores são os principais passos existentes no processo de gestão empresarial para o fortalecimento da dimensão social da empresa.

Kotler (1992, p. 40) é enfático ao relatar que nas sociedades democráticas, a mudança social planejada, realiza-se pela ação interessada dos governos e cidadãos. A hipótese de partida é que os líderes devem ganhar a aceitação de cidadãos, para poder realizar mudanças importantes e, assim, a ação cidadão/voluntária, será avaliada como uma alternativa legítima à do governo.

O mesmo autor ressalta que as campanhas de mudança social podem alcançar objetivos de influir, determinar e mudar as idéias e as práticas. O que acontece é deficiência do Estado em atender todas as necessidades sociais, fazendo com que a sociedade sinta necessidade de um maior desenvolvimento de ações e medidas que visem à diminuição dos seus problemas.

Assim essa “incúria estatal”, vem fazendo com que o segundo setor apóie projetos que visem o bem estar social, desenvolvendo e realizando sua responsabilidade social. Segundo dados de uma recente pesquisa realizada pelo IPEA, existe um número crescente de empresas que estão investindo no social. O interessante a ser ressaltado é que as maiorias das empresas realizam os investimentos de uma maneira qualquer, não realizando nenhum estudo e controle sobre seu investimento. Sintetizando: o fazem por filantropia.

Nota-se ainda que em vários países, as organizações estão vinculando suas marcas a uma causa de interesse social mediante acordos com entidades sem fins lucrativos, que desenham e executam os programas de ação. À continuação, a empresa convida os consumidores a colaborar com as causas propostas pela marca. É importante observar o grande envolvimento dos funcionários em

determinadas empresas, os quais têm uma grande participação no desenvolvimento de programas sociais adotados pelas mesmas.

Porém, o problema maior das empresas é identificar aquela causa de interesse social mais relevante para seu público interno e externo. Em primeiro lugar é necessário identificar os valores da marca e os valores do consumidor dessa marca, produto ou serviço. O seguinte passo consiste em distinguir aquelas causas que melhor poderão representar os valores entre cliente e empresa. (GAIOTO 2001)

Atualmente em diversos países desenvolvidos e agora também no Brasil, cada vez mais ganha vigor a discussão sobre o papel das empresas como agentes sociais no processo de desenvolvimento. Torna-se fundamental que as empresas assumam não só o papel de produtoras de bens e serviços, mas também o de responsável pelo bem-estar de seus colaboradores. As empresas já perceberam que o respeito ao meio ambiente, a preocupação com a valorização do homem e com a cultura estão entre os principais fatores determinantes do sucesso mercadológico.

Para o autor Gaioto (2001, p. 29), observa-se uma preocupação crescente das empresas em vincular sua imagem à noção de responsabilidade social. A nova postura da empresa cidadã baseada no resgate de princípios éticos e morais passou a ter natureza estratégica.

A industrialização trouxe várias mudanças econômicas, sociais e políticas. Dentre estas, Guimarães (1984, p. 214) enfatiza três fatores que considera relevantes para a discussão da responsabilidade social das empresas:

- a teoria da mão invisível do mercado, proposta por Adam Smith, que condenava qualquer tipo de protecionismo e qualquer restrição as empresas. “Todo homem deveria ser livre para buscar seus interesses e usar seu capital como lhe interessasse. A dita “mão invisível” asseguraria

que o bem da coletividade emergisse automaticamente da busca do auto interesse”. No entanto, a livre concorrência estimulada por estas idéias deu origem a formação de monopólios que, com o aumento de sua produção, tiveram que buscar novos mercados. Como consequência disso, desenvolveu-se uma política colonialista e imperialista responsável pela exploração desmedida dos países sub desenvolvidos;

- a formulação de “leis econômicas” onde os economistas, pretensamente através de uma objetividade científica, procuravam explicar e prever os fenômenos da sociedade. No entanto, essa pretensa neutralidade e isenção de valores (...) serviu para mascarar sob a forma de “leis naturais” conceitos fundamentalmente ideológicos. Muitas dessas leis¹ (...) coincidentemente se adequavam maravilhosamente as necessidades do sistema capitalista. Surgem, então, fórmulas sofisticadas, cálculos matemáticos, índices, taxas e estatísticas de probabilidade para tornar mais forte a objetividade das leis econômicas;
- O surgimento do consumismo através da industrialização que instigou nas pessoas necessidades para cuja satisfação dependem da sociedade capitalista tal como está instituída. O surgimento, desenvolvimento e manutenção do capitalismo se devem à colocação de necessidades econômicas que, em alguma medida, ele consegue satisfazer.

Estes três fatores foram determinantes no surgimento de uma atividade empresarial centrada unicamente em critérios econômicos. As florestas, o subsolo, a fauna e o próprio homem, tudo enfim que representasse fonte de lucro passou a ser alvo de exploração sem limites.

¹ A doutrina Malthusiana, por exemplo, atribui miséria dos trabalhadores não aos lucros excessivos, mas a uma lei “natural”. A solução não estaria, portanto, nem nas restrições governamentais nem em revoluções, mas em se reprimir a procriação através do controle natural.

A doutrina de que o bem coletivo emergiria da busca do bem privado “justificou” a procura desenfreada de enriquecimento. O culto da quantificação fez com que só fossem considerados os empreendimentos cujo retorno sobre o investimento oferecesse as taxas mais elevadas. E, por fim, o consumerismo tornou as pessoas dependentes do modo de produção estabelecido e menos questionadoras quanto as suas reais necessidades (GUIMARÃES, 1984. p. 215)

Temos assim, o capitalismo moderno ancorado nestes três fatores e, na medida que visam a acumulação de capital, sempre os objetivos sociais colidem com os objetivos econômicos, sendo que a tendência é que o último se sobreponha.

Tendo estes fatores como pano de fundo é possível compreender melhor sobre que bases a discussão desta nova idéia está colocada. GUIMARÃES (1984, p. 216) diz que a questão mais patente é a incompatibilidade entre a cultura e valores atuais que sustentam toda a estrutura econômica e social das organizações e a responsabilidade social que passa a ser exigida das mesmas.

Embora haja esta incompatibilidade, parece-nos que há uma situação da qual já não é mais possível fugir. Uma profunda desigualdade existente na sociedade, com um expressivo número de excluídos dos benefícios do progresso, sem acesso ao mínimo necessário para uma vida digna faz com que ganhe destaque o tema responsabilidade social.

Segundo Kliksberg (1998, p. 11):

A possibilidade potencial de produzir bens e serviços foi expandida e multiplicada com grande rapidez. (...) Contudo, (este) imenso potencial (...) não está se transformando em melhorias nas difíceis condições de vida de amplos setores do planeta. Existe uma brecha enorme entre esse potencial e a vida cotidiana.

Srouf (2000, p. 70) defende que os primórdios da responsabilidade social se devem a iniciativas da sociedade civil em prol de um mundo melhor. Kugel (1973, apud Tomei, 1984 p. 191) apresenta o surgimento da Responsabilidade Social Corporativa como institucional. Para o autor

(...) o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social acompanhou a própria evolução dos numerosos programas de responsabilidade social estabelecidos pelas empresas americanas. (...) os executivos passaram a aceitar a necessidade de realizar certas ações e procuraram fazer com que estas fossem componentes regulares das operações das empresas.

Podemos ainda observar a tese de que a responsabilidade social se tem caracterizado por pressões para tornar as empresas mais solidárias com os problemas da sociedade. Ou em outras, palavras, “a origem” da Responsabilidade Social se situa em propósitos de estabelecer meios para que a empresa possa se inserir mais adequadamente nas relações lógicas do sistema econômico, político e social em que deve atuar. (TOMEI, 1984, p. 191)

Desta forma apresenta o surgimento da Responsabilidade Social Corporativa como institucional. Para o autor Tomei (1984, p. 192)

(...) o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social acompanhou a própria evolução dos numerosos programas de responsabilidade social estabelecidos pelas empresas americanas. (...) os executivos passaram a aceitar a necessidade de realizar certas ações e procuraram fazer com que estas fossem componentes regulares das operações das empresas.

Podemos ainda observar que a tese de que a responsabilidade social se tem caracterizado por pressões para tornar as empresas mais solidárias com os problemas da sociedade.

Este conceito de responsabilidade social tornou-se parte de um conceito mais amplo: desenvolvimento sustentável. Segundo os representantes do Conselho, o conceito de desenvolvimento sustentável tem três pilares: dimensão econômica, dimensão social e dimensão ambiental. A Responsabilidade Social Corporativa está inserida na dimensão social deste conceito e compreende os seguintes aspectos: os direitos humanos; os direitos dos empregados; os direitos dos consumidores; o envolvimento comunitário; a relação com os fornecedores. O monitoramento e a avaliação de desempenho e os direitos dos grupos de interesse.

Já Ashley (2001, p. 29) define que a Responsabilidade Social Corporativa não pode ser reduzida a uma dimensão “social” da empresa, “mas interpretado por meio de uma visão integrada de dimensões econômicas, ambientais e sociais que, reciprocamente, se relacionam e se definem”, a autora ainda escreve que:

Os objetivos empresariais transcenderiam os aspectos mensuráveis de emprego de fatores de produção, passando para uma forma de organização que conciliasse os interesses do indivíduo, da sociedade e da natureza, transitando do paradigma antropocêntrico, para o qual a empresa é o centro de tudo, para o ecocêntrico, no qual o meio ambiente é o mais importante e a empresa, assim como outros agentes, insere-se nele. (ASHLEY, 2001, p. 29).

Ainda Ashley (2001, p. 28) uma empresa que assume a sua Responsabilidade Social deveria adotar uma abordagem concêntrica na sua forma de gestão, já que esta requer um novo modelo de empresa que leve em consideração as relações recíprocas do ser humano e da natureza em substituição ao modelo de gestão que busca a maximização dos lucros. Podemos ver no quadro abaixo resumidamente as principais características das duas formas de gestão.

Para Tinoco (2005, p 114) “a responsabilidade social das organizações consiste em gerar renda e emprego” e estes devem ser distribuídos de forma eqüitativa, a todos os envolvidos em sua geração, complementa que as entidades devem satisfazer adequadamente as demandas de seus clientes e de seus parceiros nos negócios e atividades.

A responsabilidade social empresarial é entendida como o relacionamento ético da empresa com todos os grupos de interesse que influenciam ou são impactados pela sua atuação, assim como o respeito ao meio ambiente e investimento em ações sociais. É a expansão e evolução do conceito de empresa

para além de seu ambiente interno. Na medida em que a empresa está inserida na sociedade, observa-se uma relação de interdependência entre ambas.

A responsabilidade social deve ser um compromisso contínuo com um comportamento ético nos negócios que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental. Esse comportamento ético pressupõe decisões empresariais resultantes da qualidade de vida atual e futura de todos os que se relacionam e são afetados pelas operações de uma empresa.

Em outras palavras as empresas têm responsabilidades que vão além da geração de riquezas para seus acionistas, investidores e dirigentes. Ela tem responsabilidade com o desenvolvimento social, sua contribuição para com a sociedade não se deve resumir apenas em gerar empregos e pagar impostos.

LOPES (2005, p 86)

Com relação a responsabilidade social, ela é importante não só pela imagem, pela reputação da empresa, ela reduz riscos (...) se analisarmos o componente ambiental é de fundamental importância, principalmente para o setor bancário (...) a responsabilidade social e ambiental está extremamente ligada a sustentabilidade da empresa, ou seja, toda empresa para estar bem com o seu público interno e externo precisa de um passivo ambiental diante da análise dos seus investidores.

2.1.1 A questão da educação ambiental

A principal função do trabalho com o tema Meio Ambiente é contribuir para a formação de cidadãos conscientes, aptos a decidir e atuar na realidade socioambiental de um modo comprometido com a vida, com o bem estar de cada um e da sociedade, local e global.

Segundo Castro (1998, p. 195) a educação ambiental tem sido apresentada como uma modalidade da educação preocupada com o exame de problemas ambientais. Nesse sentido, desde a Conferência de Estocolmo a Educação

Ambiental foi reconhecida como instrumento decisivo para promover as mudanças na humanidade, objetivando-se sua orientação a inspiração necessária para preservar e melhorar a qualidade do ambiente.

Portanto, a Educação Ambiental deve promover o desenvolvimento de hábitos e atitudes sadios de conservação ambiental e respeito a natureza, a partir do cotidiano de vida da escola e da sociedade. Atualmente, o papel da escola remonta a construção de uma sociedade democrática e, para isso, deve capacitar os indivíduos, através de postura crítica, dialética e de conteúdo relacionado diretamente a realidade, para a formação de processos que promovam e desenvolvam a conscientização.

A Educação Ambiental, através de sua especificidade, ou seja, de sua preocupação com a situação geral e particular, atende e retoma as finalidades amplas da educação. Devemos lembrar que integram essa especificidade o atendimento de fatores que interferem nos problemas ambientais, sob aspectos econômicos, sociais, políticos e ecológicos. Ainda de acordo com Castro (1998, p. 195) “a aquisição de conhecimento, de valores, de atitude, de compromisso e de habilidade necessários para a proteção e melhoria do meio ambiente; a criação de novos padrões de conduta orientados para a preservação e melhoria da qualidade do meio ambiente.”

A Educação Ambiental por suas origens e em função das configurações diversas vem se desenvolvendo em vários âmbitos sociais, pelas mais diferentes entidades e organizações que atuam numa gama incrível de temas associados à questão ambiental.

É a partir da questão ambiental que atualmente ainda sobrevivem reflexões sobre como devem ser os modelos de desenvolvimento, como deve ser nosso

futuro, o que torna a questão ambiental um campo para se discutir cidadania, comportamento em relação aos outros membros da sociedade, em relação à natureza, etc. Os vários autores que propugnam, por meio da Educação Ambiental, discussões acerca do futuro, embora possam fazê-lo de diversas formas, têm algo em comum: a idéia de sustentabilidade.

2.2 O SURGIMENTO DO MOVIMENTO AMBIENTAL E SUA IMPORTÂNCIA NO CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

O ambientalismo não é uma causa nova; suas raízes vêm do século XIX nas contra reações à Revolução Industrial. É possível identificar referenciais ambientais na Grã Bretanha, nos grandes pensadores oitocentistas, tais como Karl Marx e Stuart Mill (apud SMITH, 1995, p.39), que questionavam a aceitabilidade do desenvolvimento baseado nos recursos naturais ilimitados, embora cada um tenha tratado destas questões de forma diferente.

Segundo Smith (1995, p. 40) a crítica era dirigida aos movimentos progressistas do capitalismo e liderada por políticos renomados como Gifford Pinchot e Theodore Roosevelt. O movimento da preservação era uma das forças políticas mais fortes da nação.

Apesar de haver uma consciência crescente dos problemas ambientais, este fato, até recentemente, não encontrou expressão na agenda política e nem se fixou de uma forma organizada, a não ser em alguns grupos isolados de luta pela preservação, que promoviam a conscientização pública dos poderes ambientais.

Smith (1995, p. 34) escreve que, “a inércia estatal e a complacência institucionalizada impediam que as questões ambientais fossem seriamente consideradas como problemas políticos importantes do domínio público”.

De acordo com Costanza (1997, p. 20) no final dos anos 60, o ambientalismo atinge as discussões políticas de forma mais significativa na maioria das sociedades industrializadas, o que coincidiu com o período de crescimento econômico do pós-guerra e o despertar de culturas que vieram desafiar as estruturas e os valores fundamentais das sociedades capitalistas modernas.

Os grupos ambientalistas proliferavam e o ambientalismo transformou-se em um movimento mais amplo, cuja base era uma filosofia ética revolucionária: o egocentrismo, que resulta na oposição a exploração do meio pelo homem. Esta posição trouxe consigo a rejeição aos valores dominantes do capitalismo moderno e das sociedades industriais pelo crescimento econômico desordenado. O ambientalismo hoje, no entanto, comporta uma variedade de causas que partilham uma preocupação comum em proteger o ecossistema de uma degradação futura e salvaguardá-la para as gerações futuras.

Fischer (1995, p. 40) relata que:

Até meados da década de 70, o movimento foi dominado por representantes do meio científico que lançaram um desafio formidável aos pressupostos fundamentais da sociedade industrial com base na ciência ecológica, mas que, na ignorância inocente das implicações sociais e políticas revolucionárias de uma análise como esta defendiam, de modo pouco convincentes, uma política de angariação de petições e correspondências. Mas em meados dos anos 70, o fatalismo científico perdeu muito da sua força e o centro de interesse transferiu-se para questões de prática e de teoria política.

De acordo com Reigota (1998, p. 11) em 1968 foi realizada, em Roma, uma reunião de cientistas dos países desenvolvidos para discutir o consumo, as reservas de recursos naturais não-renováveis e o crescimento da população mundial até meados do Século XXI. Nesta reunião que foi denominada de “Clube de Roma”, as

conclusões deixam clara a necessidade urgente de se buscar meios para a conservação dos recursos naturais e controlar o crescimento da população, além de se investir numa mudança radical na mentalidade de consumo e procriação. Seus participantes observaram que: “o homem deve examinar a si próprio, seus objetivos e valores. O ponto essencial da questão não é somente a sobrevivência da espécie humana, porém, ainda mais, a sua possibilidade de sobreviver sem cair em um estado inútil de existência”². Como um produto dessa reunião foi publicado o livro “Limites do Crescimento” que foi durante muitos anos uma referência internacional às políticas e projetos a longo termo e foi também alvo de muitas críticas, principalmente, de intelectuais latino-americanos que liam nas entrelinhas a indicação de que para se conservar o padrão de consumo dos países industrializados era necessário controlar o crescimento da população nos países pobres.

Um dos méritos dos debates e das conclusões do “Clube de Roma” foi colocar o problema ambiental em nível planetário, e como consequência disso, a Organização das Nações Unidas – ONU – realizou em 1972, em Estocolmo, na Suécia, a primeira Conferência Mundial de Meio Ambiente Humano.

As conferências internacionais tem sido o espaço onde idéias são apresentadas, debatidas e legitimadas, influenciando assim, governos, universidades, meios de comunicação de massa, sociedade civil organizada e a população em geral.

Segundo Reigota (1998, p, 28):

² Frase citada pelos participantes do Clube de Roma, sem autor definido.

Em todos os simpósios citados, e em muitos outros que ocorrem pelo mundo afora, a educação tem sido apontada como atividade fundamental na busca de soluções e alternativas aos cada vez mais complexos problemas ambientais, globais, nacionais, regionais e locais. Nos últimos anos, no Brasil, desenvolveram-se inúmeras atividades educacionais, pontuais e contínuas, com esse objetivo, em diferentes espaços e com envolvimento de diferentes segmentos da população. Nessas ocasiões pode-se perceber que a educação ambiental brasileira é praticada sob diferentes enfoques filosóficos com grande diversidade em relação a conteúdos, metodologias e resultados.

Muitas atividades de educação ambiental são extremamente inovadoras e originais, conquistando cada vez mais espaços e importância no debate teórico/institucional sobre a educação de forma geral.

Cascino (1996, p. 15) aborda que “o movimento histórico da educação ambiental tem provocado a ecologização da educação, originando novas possibilidades de se pensar e praticar a educação dentro do que o autor, chama de ecopedagogia”.

A educação vem passando, nos últimos anos, por um acelerado processo de discussão sobre as suas finalidades e possibilidades e sobre as bases científicas, filosóficas e políticas que fundamentam as políticas públicas em relação a formação dos cidadãos e a mão-de-obra qualificada exigida pelo modelo de desenvolvimento econômico adotado.

A educação ambiental foi considerada, por muito tempo, junto ao pensamento hegemônico nos centros de produção de conhecimento, como inutilidade. No entanto, foi conquistado legitimidade e espaço quando, a partir das experiências isoladas, coube aprofundar a análise e a crítica aos modelos capitalista e socialista de desenvolvimento econômico, enfatizar a importância dos diversos tipos de conhecimento para a solução de problemas específicos e oferecer alternativas pedagógicas e sociais sintonizadas com a nossa época.

3 A AMPLIAÇÃO DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: A VISÃO DO INSTITUTO ETHOS

A empresa deve comprometer-se com a sociedade e com ações que levem em conta o bem estar da comunidade no qual esta inserida, neste contexto citando MELO NETO (1999, p. 79) salienta-se que segundo Odede Grajew, Diretor Presidente do Instituto Ethos “o conceito de responsabilidade social está se ampliando, passando da filantropia, que é a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais.

As ações de filantropia correspondem a dimensão inicial do exercício da responsabilidade social. Sua característica principal é a benemerência do empresário, que se reflete nas doações que faz para entidades assistenciais e filantrópicas.

Em seguida, o conceito de responsabilidade social ganhou maior amplitude. Surgida a segunda dimensão do exercício da responsabilidade social, as ações sociais com a comunidade. Atuando nesta dimensão a empresa socialmente responsável coloca a serviço da comunidade recursos financeiros, produtos, serviços e know-how da empresa e dos seus funcionários.

O objetivo é assegurar o desempenho ético correto e o desempenho ambiental adequado da empresa, melhorar a qualidade de vida de seus funcionários e dependentes, usar o poder e a relação da empresa com seus fornecedores e concorrentes para mobilizá-los a serem socialmente responsáveis, implementando normas de respeito ao consumidor e mobilizá-lo para atos de solidariedade, utilizar

todos os espaços de comunicação para transmitir valores e informações de interesses da comunidade, etc.

Nesta dimensão, a empresa baliza suas ações sociais em princípios e valores éticos e reforça as suas relações com seus funcionários e familiares, clientes, fornecedores, acionistas, parceiros, governo, sociedade e comunidade.

Os fatores que tem impulsionado as empresas brasileiras na ampliação do conceito de responsabilidade social e, conseqüentemente, na mudança de patamar de suas ações sociais são os seguintes: enormes carências sociais do país, crescente grau de organização de nossa sociedade, a ação social dos concorrentes, a divulgação crescente dos meios de comunicação sobre as ações sociais das empresas e o crescimento das expectativas das comunidades e dos funcionários sobre o engajamento social empresarial.

Um texto publicado no Jornal Gazeta Mercantil em 18/09/1997 citado por Melo Neto (1999) são idéias apresentadas por um empresário sobre o porque da responsabilidade social.

Há algumas décadas na Europa, expandiu-se seu uso para fins sociais, tendo em vista a discussão da responsabilidade social da empresa. Esta consome recursos naturais, renováveis ou não, direta ou indiretamente que são enorme patrimônio gratuito da humanidade; utiliza capitais financeiros e tecnológicos que no fim da cadeia pertencem a pessoas físicas e, conseqüentemente, a sociedade; também utiliza a capacidade de trabalho da sociedade, finalmente, subsiste em função da organização do Estado que a sociedade lhe viabiliza como parte das condições de sobrevivência. Assim, a empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo, em troca, no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos.”

Para o empresário, a responsabilidade social da empresa está associada ao seu desempenho e ao consumo de recursos que pertencem a sociedade. O desempenho da empresa depende da utilização dos recursos naturais, renovações ou não, que não pertencem a empresa, mas a sociedade. Ao deles usufruir em

benefício próprio, a empresa contrai uma dívida social para com a sociedade, ou, como afirma o empresário, para com a humanidade.

Tais recursos consumidos pela empresa constituem patrimônio da humanidade. Como reparação a esta usurpação empresarial fonte geradora do lucro da empresa, esta em troca, deve contribuir para a solução dos problemas sociais.

Portanto a responsabilidade da empresa está diretamente relacionada aos seguintes fatores:

- Ao consumo pela empresa dos recursos naturais de propriedade da humanidade;
- Ao consumo pela empresa dos capitais financeiros e tecnológicos e pelo uso da capacidade de trabalho que pertence a pessoas físicas, integrante daquela sociedade; e
- Ao apoio que recebe da organização do Estado, fruto da mobilização da sociedade.

A responsabilidade social é vista como um compromisso da empresa com relação a sociedade e a humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação e uso de recursos que originariamente não lhe pertencem.

O raciocínio lógico é simples: se a empresa obtém recursos da sociedade, torna-se seu dever restituí-los não apenas em forma de produtos e serviços comercializados, mas, principalmente, através de ações sociais voltadas para a solução dos problemas sociais que afligem a sociedade.

É através da sociedade que a empresa se viabiliza, consumindo os recursos naturais existentes, que constituem o patrimônio natural desta sociedade, utilizando

recursos de capital, de tecnologia e de mão de obra, que são parte do seu patrimônio cultural, social e econômico.

Investindo em projetos sociais a empresa assume a sua responsabilidade social e oferece algo em troca ao que por ela foi usurpado da sociedade. A empresa deve financiar projetos sociais porque é certo, justo e necessário assim proceder. É um mecanismo de compensação das perdas da sociedade em termos de concessão de recursos para serem utilizados pela empresa. E não uma ação caridosa, típica dos capitalistas do início do século, que utilizavam filantropia como forma de expiação dos seus sentimentos de culpa por obterem lucros fáceis às custas da exploração do trabalho das pessoas e dos recursos naturais abundantes.

Melo Neto (1999) enfatiza ainda que o:

Exercício da cidadania empresarial pressupõe uma atuação eficaz da empresa em duas dimensões: a gestão da responsabilidade social interna e a gestão da responsabilidade social externa. A responsabilidade social interna focaliza o público interno da empresa, seus empregados e seus dependentes. O seu objetivo é motivá-lo para um desempenho ótimo, criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem estar. Com isso, a empresa ganha a sua dedicação, empenho e lealdade. Os ganhos de produtividade são enormes.

A responsabilidade social externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela está situada, atuando em ambas as dimensões, a empresa exerce a sua cidadania empresarial e adquire o seu status de empresa cidadã.

Porém, não é sempre que ocorre este novo paradigma de cidadania empresarial e exercício pleno de responsabilidade social. Há casos de empresas que são mais eficazes e atuantes em apenas uma das dimensões.

As ações de gestão interna de responsabilidade social interna compreendem programas como treinamento, contratação, seleção e manutenção de pessoal realizados pelas empresas em benefício de seus empregados, bem como os demais

programas de benefícios voltadas para a participação nos resultados e atendimento aos dependentes.

São as seguintes ações deste tipo de desenvolvidas pelas empresas:

- Investimentos no bem estar dos empregados e seus dependentes;
- Investimentos na qualificação dos empregados.

Portanto, o foco das ações de responsabilidade social interna é o público interno da empresa, ou seja, seus empregados e dependentes. Algumas empresas estendem a sua rede de ações internas de responsabilidade social aos funcionários de empresas contratadas, terceirizadas, fornecedores e parcerias.

O exercício da responsabilidade social externa corresponde ao desenvolvimento de ações sociais empresariais que beneficiem a comunidade. Estas opções podem ser realizadas através de doações de produtos, equipamentos e materiais em geral, transferência de recursos em regime de parceria para órgãos públicos e ONG's, prestação de serviços voluntários para a comunidade pelos funcionários da empresa, aplicações de recursos em atividades de preservação do meio ambiente, geração de empregos, patrocínio de projetos sociais criados pela própria organização.

Assim elaboramos um quadro que apresenta as principais diferenças entre ambos os conceitos de responsabilidade social.

Vislumbrando que a responsabilidade social interna é voltada para o público interno com ênfase nas áreas de educação, salários e benefícios, bem como assistência médica, social e odontológica. O objetivo principal é obter maior retorno de produtividade para seus acionistas.

A responsabilidade social externa tem como foco a comunidade, através de ações sociais voltadas principalmente para as áreas de educação, saúde,

assistência social e ecologia. Visando um maior retorno social, de imagem, publicitário e para os acionistas.

Quadro 01 Responsabilidade social Interna e Externa

	Estabilidade Social Interna	Responsabilidade Social Externa
FOCO	Público Interno	Comunidade
ÁREAS DE ATUAÇÃO	Educação Salários e benefícios Assistência médica, social e odontológica	Educação Saúde Assistência Social Ecologia
INSTRUMENTOS	Programas de RH Planos de previdência Complementar	Doações Programas de voluntariado Parcerias Programas e projetos sociais
TIPO DE RETORNO	Retorno de produtividade Retorno para os acionistas	Retorno social Propriamente dito Retorno de imagem Retorno publicitário Retorno para os acionistas

Fonte: MELO NETO (1999, p. 89)

No âmbito de responsabilidade social interna predominam os programas de Recursos Humanos e os planos de previdência complementar. Externamente, a responsabilidade social da empresa é feita das doações, dos programas e projetos que desenvolve das parcerias com o governo, as ONG's e a sociedade civil em diversos programas e projetos sociais e dos programas de voluntariado dos quais participam seus empregados, fornecedores e demais parceiros.

Quando a empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais em relação aos seus empregados, acionistas, consumidores, parceiros e comunidade, ela perde o seu capital de responsabilidade social. O primeiro indicador é a perda da

credibilidade. Sua imagem é prejudicada e sua reputação ameaçada. Se o problema é a responsabilidade social interna, os primeiros efeitos são a deterioração do clima organizacional, a desmotivação generalizada, o surgimento dos conflitos, ameaça de greves e paralisações, fuga de talentos, baixa produtividade e aumento de acidentes de trabalho, além de altos índices de faltas e atrasos.

Sendo a responsabilidade social externa a principal área de problema, os efeitos ainda são mais danosos: acusações de injustiça social, boicote de consumidores, perda de clientes, reclamações dos fornecedores e revendedores, queda nas vendas, gastos extras com passivo ambiental, ações na justiça, riscos de invasões e até mesmo risco de falência.

3.1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

É importante contextualizarmos que representantes de vários países estiveram reunidos no ano de 1998 na Holanda, para um Encontro do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, para poder analisar o contexto existente nas empresas em relação a atividades sociais.

Neste encontro foi preconizado um novo conceito de responsabilidade social que foi transcrito por Almeida (1999, p. A-2)

Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

O conceito de responsabilidade social tornou-se parte de um conceito mais amplo: desenvolvimento sustentável. Nestes termos entendemos que a incorporação

dos conceitos de Desenvolvimento Sustentável e de atuação responsável no dia a dia requer uma mudança de cultura em todos os níveis funcionais. A inserção desses novos conceitos na cultura da empresa exige um sistema de comunicação eficiente entre seus vários níveis hierárquicos através do estabelecimento de um programa de educação ambiental que mobilize todos os seus integrantes.

Assinala-se que é preciso levar em conta os limites que existem para a viabilização do desenvolvimento sustentável, em face das contradições políticas, econômicas e sociais do mundo atual. Onde podemos citar o exemplo da geógrafa Berta Becker, que em várias matérias divulgadas pelas mais influentes revistas demonstra grande preocupação com a relação existente entre desenvolvimento e ambiente nos países pobres, o conceito de desenvolvimento sustentável ela denomina de “caixa preta”.

De fato em um mundo que se globaliza sob a face do capitalismo, as economias voltadas para si mesmas poderão encontrar dificuldades para gerar crescimento econômico e renda para que os respectivos Estados venham a investir em políticas públicas de alcance social. Na atualidade, já repercutem em muitos países os efeitos da mundialização econômica, com o desemprego tecnológico, a modernização do campo, a crescente especialização nos mercados de trabalho, a desativação de atividades econômicas em regiões inteiras entre outros fenômenos.

Repensando a questão do Desenvolvimento sustentável ligado a questão da participação política dos cidadãos, é perceptível que essa, ganha corpo na nova proposta de desenvolvimento capitaneado por uma série de ações que compõem o documento Agenda 21.

A Agenda 21 é um programa ações, princípios e diretrizes para a transformação de nossa economia, sociedade e das instituições, na busca do desenvolvimento sustentável.

A Agenda 21 aprovada durante a Rio 92, representa releitura contextualizada da Carta de Belgrado e da Conferência intergovernamental sobre Educação Ambiental realizada em Tblisi, na Geórgia, no ano de 1977. o documento aprovado no Rio de Janeiro é centrado na preocupação de preparar o mundo para os desafios do século subsequente. Chama atenção especial para circunstâncias peculiares enfrentadas pelas economias em transição.

Esse programa ou plano é resultado de um processo de negociação e estabelecimento desses compromissos nos quais devem participar pessoas ou organizações dos vários setores da sociedade, onde também remete para a conscientização ambiental e a mobilização de cidadãos na formulação de políticas de desenvolvimento sustentável, na consolidação da responsabilidade social e no fortalecimento dos mecanismos participativos e democráticos.

A primeira referência legal é a Lei 6.938/81 do Governo Federal, a qual dispõe que a Educação Ambiental deveria ser oferecida pelas escolas em todos os níveis de ensino. O antigo conselho Federal de Educação – CFE, órgão de formulação da política educacional, emitiu o Parecer 226/87, que ressaltou a urgência da formação de uma consciência pública voltada para a preservação da qualidade ambiental, e enfatizou que a Educação Ambiental deve ser iniciada, a partir da escola, numa abordagem interdisciplinar, levando a população a um posicionamento em relação a fenômenos ou circunstâncias do ambiente. Além disso, o mesmo Parecer sugeriu que fossem criados, nos estados, Centros de Educação Ambiental, para atuarem como pólos irradiadores.

A partir de 1988, que tomou maior impulso, uma vez que a Constituição Federal, dedicando o Capítulo VI ao Meio Ambiente, em seu art.225, Inciso VI, determina que "cabe ao Poder Público promover a Educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente". Observe-se que o dever do Estado não exime a responsabilidade individual e coletiva. A participação popular é essencial no processo e, nesse assunto, a responsabilidade é comum a todos. Assim, o mesmo artigo constitucional, em referência ao meio ambiente equilibrado, impõe ao "Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações".

A Portaria nº. 678, de 14 de maio de 1991 do Ministério da Educação e Cultura, determinou que a educação escolar deveria contemplar a educação ambiental, permeando todo o currículo nos diferentes níveis e modalidade de ensino. As recomendações dos encontros nacionais e regionais de Educação Ambiental promovidos pelo MEC, no período de 1991 a 1992, enfatizaram a necessidade urgente de se investir em Educação Ambiental, principalmente em capacitação de professores.

Crespo (1992, p. 219) define como:

Agenda 21, o mais importante resultado da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano, realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro. Graças as suas proposições de contemplar tanto o curto quanto o médio e longo prazos, vem estabelecendo uma síntese entre as duas visões sustentabilistas já descritas, cunhando uma nova tendência que podemos denominar de "educação orientada para a sustentabilidade.

Antes de passarmos a sua caracterização, porem vamos nos deter um pouco mais a este conteúdo, que representa o mais ambicioso programa de ação conjunta de países já produzido, com o objetivo de promover, em escala planetária, o desenvolvimento sustentável. Em síntese a Agenda 21 propõe-se a ser o texto

chave para guiar governos e sociedades nas próximas décadas rumo à sustentabilidade.

Diferentemente de outros documentos gerados em conferências semelhantes, a Agenda 21 é mais do que uma declaração de princípios e intenções: suas mais de 500 páginas contêm um roteiro detalhado, sugerindo ações, atores, metodologias para obtenção de consensos, mecanismos institucionais para realização e monitoramento de programas, estimando os custos da implementação. Estruturado em quatro seções básicas, com quarenta capítulos temáticos.

De acordo com Crespo (1992, p. 221) como se trata de um documento essencialmente programático, redigido por muitas mãos, não há detalhamento teórico dos conceitos utilizados. Para a Agenda 21, a educação para o desenvolvimento sustentável se resume em dois processos pedagógicos complementares: o primeiro seria o da conscientização, entendida como compreensão das relações, entre meio ambiente e desenvolvimento, entre os níveis global e local; e o segundo como “comportamento”, visto como desenvolvimento de atitudes menos predatórias e de habilidades técnicas e científicas orientadas para a sustentabilidade.

Reigota (1998, p. 85) aborda que a Agenda 21 constitui-se numa espécie de agenda positiva da globalização, onde a co responsabilidade e a co gestão são fortemente estimuladas. Promove uma série de valores que deverão estar presentes em uma educação orientada para a sustentabilidade. Entre todas procuramos destacar:

- a) Cooperação: existe uma forte ênfase em todo o texto na cooperação entre países, entre diferentes níveis do governo, nacional e local, e entre os diferentes segmentos e atores sociais.

Cooperação, solidariedade e parceria aparecem como os conceitos operacionais chaves no processo político de implementação da Agenda;

- b) Igualdade de direitos e fortalecimentos dos grupos socialmente vulneráveis: outra ênfase está declarada e reiterada a necessidade de se incluir e reforçar, todos os grupos social e politicamente vulneráveis, ou em desvantagem relativa, como crianças, jovens, e idosos, deficientes, mulheres, populações tradicionais e indígenas;
- c) Democracia e participação: recomendando enfaticamente o emprego de metodologias participativas na busca de consenso, na negociação de conflitos e na implementação dos programas, a Agenda 21 aparece como instrumento extraordinariamente reforçador dos ideais democráticos, em que a igualdade de direitos, o combate a pobreza e o respeito a diversidade cultural são fortemente proclamados; a sustentabilidade como uma ética: a sustentabilidade afirmada como um valor superior, na Agenda 21 aparece totalmente depurado no sentido biologicista de origem, estabelecendo definitivamente a noção de que não haverá sustentabilidade para ser alcançada exige estratégias em escala planetária de combate a pobreza, a intolerância e a beligerância. Implica ainda o desenvolvimento de novas formas de solidariedade de modo a garantir índices de governabilidade compatíveis com o projeto global da sustentabilidade.

Um dos aspectos principais das recomendações da Agenda 21 sobre Educação Ambiental refere-se à reorientação do ensino formal no sentido de

incorporá-la, salientando que o ensino tem fundamental importância na promoção do desenvolvimento sustentável e para aumentar a capacidade do povo para abordar questões de meio ambiente e desenvolvimento. Ainda que o ensino básico sirva de fundamento para o ensino em matéria de ambiente e desenvolvimento, este último deve ser incorporado como parte essencial do aprendizado.

O ensino é também fundamental para conferir consciência ambiental e ética, valores e atitudes, técnicas de comportamentos em consonância com o desenvolvimento sustentável e que favoreçam a participação pública efetiva nas tomadas de decisão. Para ser eficaz, o ensino sobre o meio ambiente e desenvolvimento deve abordar a dinâmica do desenvolvimento do meio físico/biológico e do sócio-econômico e do desenvolvimento humano, deve integrar-se em todas as disciplinas e empregar métodos formais e informais e meios efetivos de comunicação.

O papel da educação ambiental nas sociedades que ainda não são sustentáveis, é o de propiciá-la. É o de “ecologizar” as práticas sociais e os domínios específicos da educação tradicional, ainda entendida, como socialização dos indivíduos e construção do cidadão. Atribuindo a educação ambiental um papel crucial, porém não salvacionista, a educação orientada para a sustentabilidade é processual, e plasmada ainda numa cultura de transição. Necessariamente terá que contar com instrumentos, pedagogias e objetos de cultura que ainda fazem sentido em um mundo regido pela lógica da insustentabilidade.

Reigota (1994, p. 60) enfatiza que:

A Agenda 21 e o programa da sustentabilidade traçam um caminho e sugerem um papel aos educadores que só a educação orientada para a sustentabilidade pode cumprir. Ao aproveitar o que há de melhor, em termos os valores que foram sendo nas várias tendências do ambientalismo e que rebateram na educação. A Agenda 21, com seu espírito altamente propositivo e enfatizador das soluções dos problemas, tem toda a chance

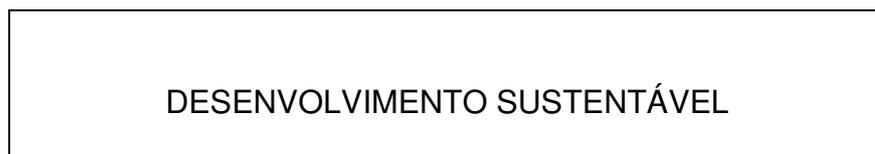
de ser o novo marco referencial da educação ambiental no mundo e no Brasil.

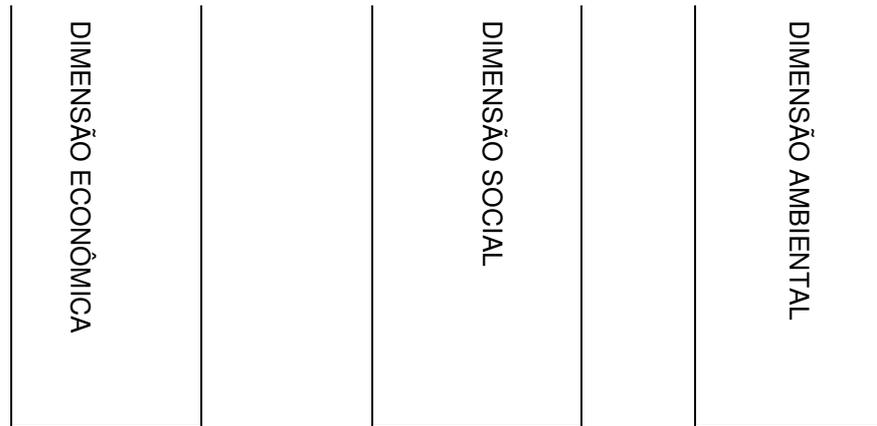
Dentre as dimensões do desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social segundo os representantes do Conselho, é a mais delicada de todas, porque compreende os seguintes aspectos:

- Direitos humanos.
- Direitos dos empregados;
- Direitos dos consumidores;
- O envolvimento comunitário;
- A relação com fornecedores;
- O monitoramento e a avaliação de desempenho; e
- Os direitos dos grupos de interesse.

Cada parte integrante do conceito de desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social está inserida na dimensão social, que juntamente com as dimensões econômica e ambiental constituem os três pilares daquele conceito, conforme demonstra a figura a seguir:

Quadro 2 desenvolvimento sustentável





Fonte: Melo Neto (1999)

Portanto, ao participar de ações sociais em benefício da comunidade, a empresa atua na dimensão social do desenvolvimento sustentável e exerce a sua responsabilidade social.

3.2 A QUESTÃO DA ATUAÇÃO RESPONSÁVEL COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE DO SETOR BANCÁRIO

As rápidas mudanças que vêm impactando as organizações são um desafio contínuo à sua adequada gestão. A relativa estabilidade econômica, a abertura de mercados, as reorganizações empresariais e o aumento da concorrência levam as empresas a buscarem formas de se adequarem à nova realidade.

Dessa forma, a inovação muitas vezes é mais importante que a produção em massa; o capital compra novos conceitos ou meios para criá-los em vez de comprar máquinas; a mudança rápida é uma constante. Em outras palavras, esse mundo é tão diferente de tudo que existiu antes, da mesma forma como a Era Industrial foi diferente da Era Agrícola que a precedeu.

Portanto, têm-se novas regras de competição, tipos de organização, maiores desafios para a administração. Em decorrência dessa maior complexidade, assim

como do maior dinamismo do contexto social, as organizações enfrentam situações incertas, tanto na definição dos objetivos como no conhecimento do processo de transformação e de tomada de decisão.

A existência de maior incerteza supõe, também, que as decisões e os comportamentos tenham caráter pouco rotineiro e que sejam complexos de se estruturar e analisar em termos racionais e lógicos. Assim, neste novo ambiente tornou-se mais difícil dizer aos tomadores de decisão qual o melhor conjunto de diretrizes estratégicas que irá viabilizar a consecução dos resultados planejados.

Nesse sentido, muitas empresas encontram dificuldades para se adaptarem a esse cenário hostil, pois implica, não raras vezes, submeterem sua gestão a mudanças bruscas e repentinas.

Decorrem disso alterações que afetam sensivelmente a eficiência de seus sistemas de controle, implicando na necessidade de se adaptar a novos conceitos e técnicas que possibilitem o adequado controle das atividades. Isso dificulta a formulação do planejamento, a avaliação de desempenho e a tomada de decisão.

A incorporação dos conceitos de Desenvolvimento Sustentável e de Atuação responsável no dia a dia de uma empresa requer uma mudança de cultura em todos seus níveis funcionais. A inserção desses novos conceitos na cultura de uma empresa exige um sistema de comunicação eficiente entre seus vários níveis hierárquicos através do estabelecimento de um programa de educação ambiental que mobilize todos os seus integrantes.

Valle (1995) escreve que é fundamental que os funcionários reconheçam na Educação Ambiental um novo fator de progresso, não a confundindo com treinamento profissional, muito embora os dois se complementem. A educação ambiental constitui um passo preliminar importante para a implantação da política

ambiental da empresa que se materializará através de um Sistema de Gestão Ambiental.

A identificação dos efeitos ambientais gerados pelas atividades produtivas da empresa deve ser bem percebida por todos os funcionários, o que facilitará sua sensibilização para participarem das soluções de problemas. Funcionários das áreas produtivas da empresa devem estar informados dos efeitos causados, sobre o meio ambiente, pelos materiais que processam e pelos produtos que geram, e devem conhecer os princípios da reciclagem e da separação prévia e segregação correta dos resíduos. Devem ser também informados sobre as tecnologias e os produtos com que lidam e estar familiarizados com as rotinas a serem adotadas em situações de emergência.

VALLE (1995, p 90) escreve ainda que:

A educação ambiental dos funcionários da empresa deve eliminar a idéia errônea de que a solução de problemas ambientais compete tão somente as chefias ou aos setores de segurança e higiene do trabalho da empresa. Cada empregado é responsável pela proteção ambiental, da mesma forma que o é pela segurança.

Um programa de educação ambiental no âmbito de toda a empresa deve estimular a participação de seus funcionários na apresentação de sugestões e propostas para ação e deve permitir a reavaliação contínua dos resultados alcançados, através de campanhas de incentivo, seminários internos, eventos de conagraçamento alusivos a proteção e a melhoria do meio ambiente.

Neste contexto podemos salientar que a obtenção da certificação ambiental por uma empresa e as condições para sua manutenção dependerão, inequivocamente da participação consciente de seus funcionários e fornecedores. A conscientização e o adequado treinamento dos funcionários tem importância vital

nesse processo, pois, muitas vezes, é através de erros operacionais que podem ser gerados os piores resíduos e provocados os maiores acidentes.

Através da educação ambiental se pode acelerar esse processo de conscientização dos indivíduos, tanto internos como externos a empresa, possibilitando assim chegar mais rapidamente a almejada certificação.

A conscientização ambiental dos dirigentes de uma empresa pode provocar alterações profundas em suas prioridades estratégicas e algumas mudanças de abordagem que vão modificar as atitudes e o comportamento de todos os seus funcionários.

De acordo com Morales (apud Tinoco, 2005, p. 108),

Duas tendências principais caracterizam o começo do terceiro milênio. Primeiro, o ecossistema humano mundial está ameaçado por graves desequilíbrios da produtividade da distribuição de bens e serviços. Uma proporção importante da humanidade segue vivendo em condições de verdadeira pobreza, e a projeção das tendências indica uma crescente divergência entre os que se beneficiam do desenvolvimento econômico e tecnológico e os que não se beneficiam. Esta programação insustentável dos extremos da riqueza e da pobreza ameaça a estabilidade de todo o sistema humano, e o meio ambiente mundial.

A gestão ambiental pode ser dimensionada como a forma pela qual a organização se mobiliza, interna e externamente, para a conquista da qualidade ambiental desejada. Ela consiste em um conjunto de medidas que visam ter controle sobre o impacto ambiental de uma atividade.

Hoje em dia, face a crescente concorrência global, as expectativas dos clientes não se restringem a procura de determinado nível de qualidade ao menor custo. Eles estão cada vez mais informados e predispostos a comprar e usar produtos que respeitem o ambiente. Temos, portanto, vantagens para o ambiente e para a organização. As vantagens ambientais resultam da definição de regras escritas para a realização de operações com potencial impacto ambiental e a

introdução de práticas ambientais nessas operações, conseguindo-se reduzir os riscos ambientais da atividade.

A responsabilidade social, assumida de forma consistente e inteligente pela empresa, pode contribuir de forma decisiva para sustentabilidade e o desempenho empresarial.

Tudo começa com o surgimento de um clima de maior simpatia para a imagem da empresa. De repente, a empresa deixa de ser vilã, responsável pela prática de preços abusivos, demissões e fonte geradora de lucros exorbitantes, e em muitos casos, a responsável pela depredação da natureza. Torna-se uma empresa cidadã, que se traduz numa imagem corporativa de consciência social comprometida com a busca de soluções para os graves problemas sociais que assolam a comunidade. Muda sua imagem, fruto do seu novo posicionamento de empresa cidadã.

Com a imagem reforçada e dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela financiados, a empresa torna-se mais conhecida e vende mais. Seus produtos, serviços e, sobretudo, sua marca ganham maior visibilidade, aceitação e potencialidade. Clientes tornam-se orgulhosos de comprar produtos e ou contratar serviços de uma empresa com elevado índice de responsabilidade social. É o uso da cidadania empresarial como vantagem competitiva. Os seus funcionários orgulham-se e sentem-se motivados em trabalhar na organização.

Assim Melo Neto (1999, p. 96) apresenta uma lista dos principais benefícios das ações sociais das empresas:

- Ganhos de imagem corporativa;
- Popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;

- Maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- Melhor relacionamento com o governo;
- Maior disposição dos fornecedores, distribuidores, representantes;
- Maiores vantagens competitivas;
- Maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidades de conquista de novos clientes.

Uma ação social bem conduzida garante a qualquer empresa posição de destaque na sociedade onde atua e frente ao governo, cidadãos e consumidores, fornecedores e concorrentes. E esta posição de destaque é fator decisivo na auto preservação empresarial. Com uma imagem empresarial fortalecida, sujeita a poucos riscos, pois o consenso existe sobre a necessidade de satisfazer e dar prioridade as carências sociais, a empresa canaliza a sua busca da competitividade para fatores como preço, qualidade, marca, serviços e tecnologia.

4 RESPONSABILIDADE SÓCIO AMBIENTAL NAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

As recentes transformações com a globalização da economia ampliaram o papel do mercado nas relações econômicas que impuseram a busca da qualidade e redução dos custos para a elevação da produtividade.

As instituições financeiras bancárias passaram por um processo de reestruturação produtiva com a globalização, alguns bancos foram privatizados e enfrentaram mudanças nos processos internos administrativos que contribuíram para a inserção de novas tecnologias.

Assim Freitas citado por Garcia, (2004) informa que os bancos por fazerem parte do sistema financeiro, levam em sua categoria o sinônimo de grandes vilões do desenvolvimento social, pois desde a sua formação o setor bancário é visto como um meio para gerar dinheiro, que não se importando em derrubar valores sociais para obter lucros.

Com a racionalização e automação dos serviços, as agências bancárias aumentaram o número de transações disponíveis e passaram a ofertar múltiplos produtos e serviços. Neste contexto, a tecnologia tem influenciado a estrutura da atividade bancária e indicado o modo como às instituições financeiras irão atuar no futuro no sentido de buscar atender a uma rede de consumidores cada vez mais exigentes.

Assim, esse processo dinâmico impõe a racionalização de processos de trabalho e o desenvolvimento de novos produtos e serviços ao mesmo tempo em que houve a diminuição de trabalhadores na tentativa de minimizar o impacto que os sucessivos planos econômicos exerceram sobre seus resultados. Neste contexto,

conforme Barbalho (2002, p. 20) “muitos profissionais bancários foram substituídos por máquinas de auto-atendimento”.

Barbalho (2002, p. 21) considera que as mudanças tecnológicas ocorridas no setor bancário, ao tempo em que simplificaram alguns processos de trabalho, passaram a demandar do profissional maior flexibilidade e capacidade de adaptação ao meio.

Conforme Grisci & Bessi (2004, p. 4),

[...] a literatura aponta para novas formas relativas ao contexto do capitalismo e à organização do trabalho. As novas formas de estruturar o trabalho, com o aumento da informatização e da intelectualização, passam a aliar no processo de trabalho, o trabalho material e imaterial.

Esse fator ao mesmo tempo em que melhorou a qualidade do trabalho por que permitiu uma maior produtividade e maior conectividade com as informações, mas produziu uma mudança no ritmo de trabalho, estimulando o a realização de atividades que impõe movimentos repetitivos e interferindo na qualidade de vida no trabalho.

Conforme Grisci & Bessi (2004, p. 6):

A nova configuração do trabalho demanda que o trabalhador seja mobilizado não apenas como objeto de trabalho, pois é chamado a ser também sujeito desse processo, sendo suas características pessoais, antes massificadas, agora tidas como fator competitivo para as empresas, no sentido de que, para se produzir o bem imaterial, é necessário construir o bem imaterial, que se constituem no desejo, opiniões, gosto das pessoas, ou seja, a construção do cliente.

Assim, constata-se que esse fator é estimulante e faz parte do processo de reestruturação econômica das instituições bancárias como parte integrante dos processos organizacionais que muitas vezes dimensionam a insegurança nas relações de trabalho e a incerteza diante do emprego.

As mudanças se dinamizaram também com o aperfeiçoamento do trabalho para maior relação direta com o cliente. Esse processo requer de quem trabalha,

além de qualificação e performance, características como iniciativa mobilidade e cooperação. Conforme Chanlat (2000) apud Grisci e Bessi (2004, p. 7):

O modo de gestão da excelência (ou qualidade total) engloba as novas práticas administrativas, baseando-se na noção de produzir melhor que os concorrentes, enfatiza a primazia do êxito, a supervalorização da ação, a obrigação de ser forte, a adaptabilidade e o desafio permanentes, recompensas materiais individualizadas, polivalência da mão-de-obra e recrutamento seletivo. A passagem de um modelo a outro não se dá de forma automática e acontece influenciada por fatores como: fatores internos à organização (decisões estratégicas, cultura, etc.), fatores externos (competição com outras organizações, por exemplo), contexto político, contexto cultural e contexto social.

Potanto, esses fatores conjugados dimensionam a dinâmica da nova organização bancária que reveste de contradições o trabalho, considerando-se que a ênfase a esse modelo estimula a melhoria da qualidade de vida como processo de gestão, ao mesmo tempo em que torna mais complexo o trabalho dimensionando as incertezas ao impor uma construção social baseada em uma visão particularizada de organização e de pessoa.

Atualmente as instituições bancárias estão envolvidas em um sistema social cuja base de referência coloca em jogo o processo de transformação, pois as organizações estão, de uma forma ou de outra, envolvidas com a transformação e conversão de recursos em resultados, como produtos ou serviços.

Assim, as agências bancárias se enquadram no quadro de reestrutura produtiva e organizacional que consiste em uma combinação de administração envolvendo a tecnologia e as pessoas, de tal forma que ambos os lados se acham em inter-relação recíproca.

O sistema sociotécnico é composto de três subsistemas principais:

- i. Sistema técnico que está relacionado com as tarefas e inclui o fluxo de trabalho, a tecnologia envolvida, os papéis requeridos pela tarefa e todas as demais variáveis tecnológicas.

- ii. Sistema social que é também chamado humano ou cultural, é relacionado principalmente com a cultura organizacional, com os valores e as normas e com a satisfação das necessidades pessoais. Também inclui a organização informal, o nível motivacional dos membros e as suas atitudes individuais.
- iii. Sistema gerencial ou administrativo que inclui a estrutura organizacional, as políticas e procedimentos, as regras e normas, o sistema de recompensas e punições, as maneiras pelas quais as decisões são tomadas e um grande número de outros elementos projetados para facilitar os processos administrativos. Este sistema é responsável pela administração e pelo desenvolvimento da organização e dos seus processos de tomada de decisão.

A natureza da relação entre as empresas e seus interlocutores depende muito das políticas, valores, cultura e, sobretudo da visão estratégica que prevalecem dentro da organização, no atendimento a essas expectativas. Assim, há desde as empresas que tratam seus parceiros de modo reativo, limitando-se a resolver conflitos, até aqueles que buscam estrategicamente otimizar as relações com todos, definindo claramente políticas e linhas de ação em relação a cada um deles.

Neste estágio, a empresa passa a adquirir uma característica inédita. Operacionalmente pode agir através da criação de uma fundação ou instituto, contribuindo de maneira transformadora para a elevação do meio social em que se insere. Assume compromisso e define políticas em relação a cada um de seus parceiros. Cultiva e pratica livremente um conjunto de valores, muitas vezes explicitados num código de ética, que formata consensualmente a cultura interna,

funcionando como referências de ação para todos os seus dirigentes nas relações com os parceiros.

A responsabilidade social organizacional da instituição financeira representa uma forma dos bancos demonstrarem a sua imagem institucional, e assim, possibilitar aos indivíduos uma melhor organização dentro de uma economia financeira.

Os bancos procuram atualmente manter uma relação de confiança com seus clientes, onde a reciprocidade, confiança, legitimam sua reputação, visto que o Banco passa a desenvolver o seu capital social gerando cooperação, onde fortalecem-se as redes de relacionamento, onde os discursos garantem a sua continuidade. Neste processo os bancos garantem a sua margem de lucro tendo como princípio uma lógica baseada por valores impostos por instituições de origem não econômica o que vem a garantir a sua sustentabilidade.

No âmbito social, pode-se destacar a contribuição das empresas bancárias na inclusão profissional de pessoas com necessidades especiais e jovens aprendizes, comprometendo-se com os direitos sociais e a prática da cidadania.

5 MÉTODO

Este estudo caracteriza-se como sendo uma pesquisa bibliográfica, que pretende contribuir com o Banco do Brasil. Desta forma, destaca-se a atuação do Banco do Brasil com relação à questão ambiental, a fim de contribuir com o meio-ambiente e com a responsabilidade social corporativa.

A pesquisa bibliográfica é defendida por Marconi e Lakatos (2002, p. 86) como aquela que busca o levantamento de livros e revistas de relevante interesse para a pesquisa que será realizada.

Para a realização desta pesquisa, serão observados os seguintes passos, segundo as orientações estabelecidas por GIL (2002, p. 13):

- Exploração das fontes bibliográficas – estas fontes são livros, revistas científicas, boletins, teses, relatórios de pesquisa, entre outros. O procedimento mais adequado para se conhecer o universo de publicações acerca de um assunto é a consulta a bibliotecas especializadas. Também podem ser obtidas importantes informações sobre fontes bibliográficas mediante a consulta a especialistas na área.
- Leitura do material – após a localização das fontes bibliográficas, passar-se-á à sua leitura, que não deverá ser exaustiva, antes deverá ter um caráter seletivo que possibilite reter o essencial para o desenvolvimento da pesquisa;
- Conclusões - a partir da análise dos dados, chega-se às conclusões. Para que estas sejam significativas, cuidar-se-á para que elas derivem naturalmente dos dados sem que sejam influenciadas por posições pessoais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de toda a teoria exposta neste estudo monográfico é importante contextualizarmos ainda que a origem da qualidade, primor pelos critérios da eficácia, competitividade e marketing social, são fenômenos reais não impostos pelas atuais ferramentas existentes para ser apenas implantadas, mas se originam da evolução do mercado, pela importância do cliente consumidor frente o posicionamento da organização frente a programas de responsabilidade social.

Sendo assim vislumbramos que o setor bancário, principalmente quando falamos do Banco do Brasil, depois de muitos anúncios em revistas de negócios, alcançou a posição máxima se fortificando na primeira posição do ramo financeiro atualmente. Enfatiza-se que o sistema de gestão integrando e buscando sempre a eficiência através da qualidade e competitividade de seus produtos interagindo amplamente com seus consumidores/clientes e o principal agindo sempre com responsabilidade social. Pois todas as organizações de sucesso buscam através da responsabilidade social ampliar o poder de sua imagem corporativa através da marca, relacionando a mesma sempre a causas justas.

O caminho escolhido para posicionar a organização de forma competitiva e garantir sua continuidade no longo prazo, com a subsequente definição de atividades e competências inter-relacionadas para entregar valor de maneira diferenciada às partes interessadas. É um conjunto de decisões que orientam a definição das ações a serem tomadas pela organização. É fundamental que a organização possa criar um ambiente onde haja movimentos participativos e sinérgicos entre seus participantes, para uma melhor qualidade de vida na organização.

Ao adotar uma postura responsável, o Banco do Brasil já não age como no passado, danificando os recursos ambientais e descomprometido com as questões sociais. Podemos observar que a Instituição Banco do Brasil procura sedimentar em sua estrutura os conceitos e as práticas gerenciais amplamente voltadas para a ética, responsabilidade corporativa e transparência em relação a seus colaboradores e ao meio ambiente.

Percebe-se ainda a publicação de balanços sociais, utilização de ferramentas de responsabilidade social e sustentabilidade, são indicativos que a instituição encontra-se inserida na consciência ética e social, assim ressalta-se amplas condições para a evolução do setor rumo a sustentabilidade. Diante dos pontos fortes visualiza-se a questão dos investimentos na formação e desenvolvimento profissional de seus empregados, onde as fragilidades encontram-se ligadas ao crédito social e totalmente sustentável, citando ainda a questão do microcrédito como parte fundamental da inserção social através da redução das desigualdades, a diversidade do gênero, raça e portadores de deficiências, o respeito com o público interno e o consumidor.

Destacamos que os nossos *objetivos gerais* de “Realizar um estudo sobre educação ambiental e gestão ambiental a fim de contribuir com os programas de responsabilidade sócio-ambiental de instituições financeiras” e os *objetivos específicos* “Identificar o Programa de Educação Ambiental para instituições financeiras, identificar como se apresentam as distintas concepções da Educação Ambiental disponíveis na literatura e assim conhecer e compreender de modo integrado, as noções básicas relacionadas ao meio ambiente, explicar como é a relação da educação com a gestão ambiental”, sendo que todos os objetivos acima foram alcançados.

Por fim, ressaltamos o nosso **objetivo geral, que trata da educação ambiental e gestão ambiental**, e concluímos que a empresa vem implementando ações

voltadas a essa nova tendência e exigência do mercado onde ela está inserida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, P. **Responsabilidade social: onde encontrar?**. 2. ed., São Paulo: Saraiva, 1999.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2001.

BARBALHO, J. P. **Gestão pela excelência em agências bancárias: Um estudo de caso no Banco do Brasil**. Dissertação em Planejamento e Estratégia Organizacional, Florianópolis, 2002.

CASCINO, Fábio. **Da educação ambiental a ecopedagogia**. São Paulo: PUC, 1996.

CASTRO, Roberto de. **Epistemologia da biologia e educação ambiental**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

COSTANZA, Robert. **La economía ecológica de la sostenibilidad**. Madri: Trotta, 1997.

CRESPO, Silvana. (Coord) **O que o brasileiro pensa sobre o meio ambiente, desenvolvimento e sustentabilidade**. São Paulo: MMA, 1992.

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA. Disponível em <http://info.worldbank.org>. Acessado em Set de 2007

FISCHER, Frank. **A tributação do risco torna-se verde**. Madrid: Instituto Piaget, 1995.

GAIOTO, Franciane Rodante. **Da responsabilidade social à ética empresarial**. Florianópolis: UFSC, 2001.

GARCIA, Marcia Ogalha. **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática**. Trabalho de Conclusão de Curso, Fundação Universidade do Estado de Mato Grosso – Campus de Sinop, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRISCI, Carmen Lígia Iochins; BESSI, Vânia Gisele. **Modos de trabalhar e de ser na reestruturação bancária**. Revista de Sociologia, Porto Alegre, ano 6, nº 12, jul/dez, 2004.

GUIMARÃES, Heloisa M. **Responsabilidade social da empresa**: uma visão problemática. Revista Administração de Empresas. Rio de Janeiro, v. 24, nº 04, 1984.

KLIKSBERG, Bernardo. **Repensando o estado para o desenvolvimento social das empresas ao contexto brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 1998.

KOTLER P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 2. ed., São Paulo: Atlas, 1992.

KUGEL, Owen. How **Social responsibility became institutionalized**. Business Week, p. 74-82, June 30, 1973.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Procedimentos básicos, pesquisas bibliográficas**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LOPES, Ignez Vidigal (org.). **Gestão ambiental no Brasil – experiência e sucesso**. São Paulo: FGV, 2005.

MEIO AMBIENTE. Disponível em <<http://www.mma.gov.br>>. Acessado em 10 de ago 2007.

MELO NETO, F. P. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. Rio de Janeiro; Qualitymark, 1999.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA. **Educação Ambiental**. Disponível em www.mec.gov.br . Acessado em 15 de ago 2007.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA. **Educação ambiental**: projeto de divulgação de informações sobre educação ambiental. Brasília, 1991.

MONTENEGRO, Ana. **Banco do Brasil aprova a sustentabilidade aplicada**. Disponível em <http://www.ufrj.br>. Acessado em Set de 2007.

REIGOTA, M et alli. **Tendências da Educação Ambiental Brasileira**. Santa Catarina: Edunisc, 1994.

REIGOTA, M. **O que é educação Ambiental**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

SMITH, Denis. **As empresas e o meio ambiente. Implicações do novo ambientalismo**. Madrid: Instituto Piaget, 1995.

SROUR, R. H. **Ética Empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TINOCO, J. E. P.; KRAEMER, M. E. P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2005.

TOMEI, P. A. **Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa da opinião do empresariado**. Revista Administração de Empresas. Rio de Janeiro, v. 24, nº 04, 1984

VALLE, Cyro. E. do. **Como se preparar para as normas ISO 14000 – Qualidade Ambiental**. São Paulo: Pioneira, 1995.